

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Persaingan didunia telekomunikasi kini semakin ramai, semua operator berlomba-lomba dalam menawarkan berbagai layanan dan terobosan-terobosan baru dalam dunia telekomunikasi. Siapa yang dapat menyangka begitu cepatnya perkembangan yang terjadi hampir setiap saat, promo-promo setiap hari menghiasi kehidupan. Dari mulai bangun tidur untuk beraktifitas sampai mau tidur lagi dimalam hari. Betapa pikiran kita telah dipenuhi oleh promo-promo khususnya dari dunia telekomunikasi.

Indonesia mengenal teknologi telekomunikasi wireless sudah sejak lama, namun begitu cepatnya perkembangan yang terjadi belakangan ini. Konsumen disuguhi berbagai penawaran-penawaran yang tak henti-hentinya, dari yang masuk akal sampai yang tidak masuk akal. Dari menggunakan perhitungan sederhana sampai dengan perhitungan rumit yang kadang membuat konsumen itu sendiri terjebak secara sadar maupun tidak sadar.

Disisi lain pun para penyelenggara telekomunikasi terkadang tidak berkomitmen dengan layanan yang digelar. Kualitas menjadi hal utama yang sering dikorbankan demi tercapainya suatu target tertentu. Yang dicari hanyalah keuntungan semata, bahasa promosi dibuat semenarik mungkin dengan harapan dapat mencuri perhatian semaksimal mungkin. Parahnya lagi kompetitornya pun menerapkan hal yang serupa, meskipun tampak kasat mata namun inti dari promosi-promosi tersebut adalah sama. Kadang tanpa disadari dalam promosi tersebut berisi tentang kekurangan dari suatu produk tersebut yang disembunyikan dan dilindungi dengan sebuah kalimat syarat dan ketentuan berlaku sementara tentu saja keunggulannya di besar-besarkan agar menarik minat konsumen untuk mencobanya.

Semakin ramainya perang tarif yang terjadi juga menjadi perhatian serius bagi pemerintah untuk menengahnya, hal ini dimaksudkan agar operator dengan jumlah pelanggan kecil tidak semakin terpuruk dan jatuh karena tidak bisa

bersaing, selain itu juga diharapkan tidak ada monopoli tarif yang berlaku dipasaran. Kondisi yang terjadi saat ini yaitu persaingan perang tarif antar operator yang semakin sengit, bahkan bahasa iklan dibuat sedemikian kreatif sehingga seolah-olah iklan yang ditawarkan menjadi tidak masuk akal. Namun pada faktanya konsumen lebih banyak yang terjebak dengan bahasa iklan bila dibandingkan dengan yang mengerti iklan yang ditawarkan, dan memang jika bahasa iklan tersebut dipahami dengan sungguh-sungguh maka akan didapat tarif yang sangat fantastis.

Dengan kebijakan Perubahan skema tarif intrkoneksi oleh Pemerintah yang efektif mulai berlaku 1 April 2008 maka penulis mencoba untuk membandingkan kepadatan trafik dengan analisis statistik non parametrik chi square yang terjadi sebelum dan sesudah perubahan skema tarif dari Pemerintah, apakah terjadi penurunan, tetap atau terjadi peningkatan yang cukup signifikan. Karena banyak yang berharap adanya campur tangan pemerintah yang dapat menengahi kondisi pasar yang semakin ramai dengan perang promosi bahkan sampai saling menjatuhkan satu sama lain. Sejauh ini penulis merasa belum ada yang mengangkat masalah yang serupa dengan pembahasan ini, baik didalam negeri maupun diluar negeri.

1.2 PERMASALAHAN.

Bagaimanapun memang dibutuhkan persaingan dalam menjalankan bidang usaha, namun sejauh mana persaingan itu masih dapat ditolerir inilah yang menjadi masalah. Jangan sampai konsumen selalu dirugikan dengan taktik-taktik yang dijalankan oleh para pengusaha, khususnya para pembuat promosi itu yang memang sudah menjadi tugas mereka untuk membuat suatu promosi seatraktif mungkin. Dengan perubahan skema tarif interkoneksi oleh Pemerintah diharapkan trafik yang terjadi dapat meningkat dengan sangat tinggi, karena dengan penurunan tarif dan promosi yang gencar dilakukan diharapkan konsumen dapat lebih bebas bertransaksi dan merasa ringan dalam mengeluarkan daya belanja untuk berkomunikasi sehingga secara otomatis trafik pun meningkat dan ujung-ujungnya peningkatan *revenue* operator

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud dan tujuan penulisan ini adalah untuk menganalisis seberapa besar perbandingan penggunaan trafik *voice* dan SMS pasca perubahan skema tarif oleh pemerintah, serta mengetahui sejauh mana efektivitas promosi-promosi tersebut.

1. Menganalisis perbandingan trend penggunaan layanan Telekomunikasi *voice* dan SMS pada masa sebelum dan sesudah perubahan Skema tarif dari Pemerintah.
2. Menghitung perbandingan trend penggunaan layanan Telekomunikasi *voice* dan SMS pada 3 bulan sebelum perubahan skema tarif dari Pemerintah serta pada masa hari raya Idul Fitri tahun 2007 dan 3 bulan sesudah perubahan tarif serta setelah pada masa hari raya Idul Fitri tahun 2008.
3. Mendapatkan suatu hipotesis trend penggunaan layanan Telekomunikasi setelah berjalannya penerapan skema tarif yang baru berdasarkan analisis yang dilakukan.
4. Menjadi referensi untuk operator dalam peningkatan layanan dan perencanaan berdasarkan trend penggunaan telekomunikasi yang didapat dari hasil perhitungan.

1.4 BATASAN PERMASALAHAN

Batasan masalah yang dapat diambil dalam analisis trafik kepadatan pasca perubahan tarif yang signifikan :

1. Data yang diambil hanya contoh dari 1 operator yaitu Telkomsel dengan 1 produknya yaitu simPATI[®] yang akan dibandingkan dalam kurun waktu tertentu dan pada area tertentu.
2. Pengambilan data ini hanya terbatas dari periode promo operator tertentu setelah penerapan skema tarif baru dari pemerintah dan bukan merupakan rata-rata keadaan yang terjadi.
3. Data trafik yang diambil terdiri dari Trafik *Voice* dan SMS untuk menunjukkan perbandingan kepadatan trafiknya pra dan pasca penerapan

skema tarif baru dari pemerintah pada umumnya dan promo yang digelar oleh operator yang bersangkutan.

4. Pengambilan data dilakukan selama 1 bulan penuh pada masa 3 bulan pra dan pasca perubahan skema tarif dari Pemerintah serta pada bulan September dan Oktober tahun 2007 dan 2008 yang diperkirakan menjadi trafik terpadat karena terletak pada masa Hari Raya Idul Fitri.
5. Akan di gunakan analisis statistika non parametric chi square untuk melihat intensitas kepadatan trafik *voice* dan SMS.

Berdasarkan Maksud Tujuan serta Batasan Permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, maka akan muncul rumusan masalah mengenai kelaikan serta study dari kondisi yang sebenarnya, baik dari sisi konsumen maupun dari sisi produsen itu sendiri. Apakah semua diuntungkan, atau hanya strategi sementara untuk tujuan-tujuan tertentu. Apabila memungkinkan kenapa promosi tadi tidak direalisasikan secara terus menerus dan menjadi standarisasi dalam penentuan kebijakan, dan apakah kedua belah pihak diuntungkan.

1.5 METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu operator dengan periode tertentu dan terbatas dari data-data yang bersifat konfidensial, wacana-wacana yang diambil sebagai parameter juga diharapkan dapat memperkuat data yang ditampilkan serta sebagai perbandingan dari sisi lain.

Analisis Statistika Non Parametrik dengan metode chi square diharapkan dapat menjadi acuan yang memperkuat pengambilan kesimpulan dalam analisis ini. sehingga data yang telah didapat akan lebih diperkuat lagi dengan hasil perhitungan analisis untuk lebih menguatkan validitasnya jika akan diambil suatu kesimpulan

Dengan data yang didapat diharapkan menjadi acuan dalam pengembangan layanan telekomunikasi operator tersebut khususnya dan operator lainnya di Indonesia pada umumnya.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan Thesis ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang penulisan, Permasalahan yang terjadi, maksud dan tujuan dari dibuatnya analisis ini, batasan permasalahan yang dapat memperkecil ruang lingkup pembahasan, metodologi penelitian yang dilakukan, serta sistematika penulisan yang diuraikan.

BAB 2 TEORI PENUNJANG SERTA PERKEMBANGAN TELEKOMUNIKASI DI INDONESIA

Berisi teori tentang sejarah perkembangan Teknologi Telekomunikasi di Indonesia khususnya setelah maraknya teknologi seluler, serta teori penunjang trafik yang akan digunakan pada analisis perhitungan serta perbandingan yang terjadi. Teori statistika akan di uraikan yang berkaitan dengan topik yang akan dibahas.

BAB 3 PERANG TARIF TELEKOMUNIKASI SEBAGAI DAMPAK DARI PENERAPAN SKEMA PENURUNAN TARIF INTERKONEKSI OLEH PEMERINTAH

Membahas maraknya promo-promo yang dilakukan operator telekomunikasi, pertumbuhan pengguna telekomunikasi seluler, faktor-faktor pendukung berkembangnya industri telekomunikasi serta metode yang digunakan dalam pengambilan kesimpulan. Data-data yang disampaikan akan di olah sehingga menunjukkan apakah terjadi pergeseran dalam perilaku pengguna telekomunikasi di Indonesia terutama pasca perubahan tarif interkoneksi yang berdampak pada penurunan tarif telekomunikasi.

BAB 4 ANALISIS KEPADATAN TRAFIK *VOICE* DAN SMS PADA MASA HARI RAYA IDUL FITRI 2007 DAN 2008 SERTA PADA BULAN JANUARI DAN JULI 2008

Menganalisa perkembangan trafik telekomunikasi yang terjadi, apakah dari data yang ditampilkan memang telah terjadi pergeseran perilaku pengguna telekomunikasi, sebagai bahan perbandingan di tampilkan juga data analisis 3 bulan pra dan pasca perubahan skema Tarif dari

Pemerintah. Dengan metode analisis diharapkan dapat memperkuat data yang dihasilkan dari perhitungan sehingga dapat menjadi acuan dalam pengambilan suatu keputusan apakah promo-promo yang digelar sekarang dapat diperpanjang, diberi batas waktu, atau diberlakukan permanen bahkan lebih diperbaiki jika memungkinkan.

BAB 5 KESIMPULAN

Berisikan kesimpulan yang dapat di ambil dari analisis yang telah dilakukan serta menampilkannya agar dapat dijadikan referensi dalam perencanaan strategi perusahaan telekomunikasi dalam menggelar layanan serta promosi-promosi yang dilakukan.

